

Список літератури: 1. *Хохтомлянський А.А.* Комплексная оценка финансового состояния предприятия на основе использования матричных моделей / А. Хохтомлянський, Т. Черната, А. Северина // Управление экономикой: теория и практика. – 2004. – № 2. 2. *Єршова Н. Ю.* Формування системи фінансових індикаторів для оцінки фінансового стану підприємств промисловості (на прикладі підприємств машинобудування) / Н. Ю. Єршова // Економіка: проблеми теорії та практики: Зб. наук. праць. – Дніпропетровськ: ДНУ. – 2007. 3. *Марюта А. Н.* Системный анализ в управлении производством и технологиями / А.Н. Марюта. – Днепропетровск: Баланс, бизнес, 1998. – 315 с. 4. *Гавриленко В.А. Гавриленко В.В.* Теоретичні та методичні аспекти оцінки фінансового стану підприємства / В.А. Гавриленко, В.В. Гавриленко // Економіка і право. – 2002. – № 1. 5. *Єршова Н.Ю.* К вопросу экономической диагностики банкротства и финансового кризиса предприятий / Н.Ю. Ершова // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків: НТУ «ХПІ». – 2004. 6. *Пономаренко В.С.* Стратегічне управління розвитком підприємства / В.С. Пономаренко, О.І. Пушкар, О.М. Тридід. – Х.: Вид-во ХДЕУ, 2002. – 640 с. 7. *Малярець* Обоснование системы измерителей для комплексной оценки деятельности предприятия // Труды Одесского политехнического университета. – 2004. – № 1.

Надійшла до редколегії 27.04.2011.

УДК 330.332.334.716

О.Є. АВРАМОВА, канд. юрид. наук, доц., НТУ «ХПІ», Харків
Е.С. КІЗЬ, магістрант, НТУ «ХПІ», Харків

ДО ПРОБЛЕМИ ВИЗНАЧЕННЯ ІННОВАЦІЇ

У статті розглянути питання відносно визначення інновації, ознаках і типах інновацій, що передбачені законодавством України. Описуються продуктові, процесові, маркетингові й організаційні інновації, що можуть застосовуватися на підприємствах України.

В статье рассмотрены вопросы о понятии инновации, признаках и типах инноваций, которые предусмотрены законодательством Украины. Описываются продуктовые, процессовые, маркетинговые и организационные инновации, которые могут применяться на предприятиях в Украине.

There are considered such questions in the article as conception of innovation, symptoms and types of innovations, which are provided by the legislation of Ukraine. Food, process, marketing and organizational innovations are described in the article. They can be used on the enterprises of Ukraine.

Наука сьогоднішнього часу розвивається на стільки швидко, що ми знаходимося на межі моргальності між тим, що вже досягнуто і тим, чого досягне наука завтра. Важливу роль у розвитку нашого сучасного світу відіграють інновації. Роль інновацій надзвичайно важлива, бо саме вони спонукають до впровадження технічного прогресу, розвитку світової економіки, нашого суспільства. Засади теоретичних основ інновацій розглядалось у працях: С.С. Алексєєва, С.І. Архіпова, О.А. Беяневич,

А.І. Бобкової, О.М. Вінник, В.О. Вітушка, М.В. Волинкіної, В.М. Гайворонського, В.М. Горшеньова, Д.В. Задихайла, О.Р. Зельдіної, І.О. Зеніна, Г.Л. Знаменського, Н.С. Кузнецової, А.В. Малько, В.К. Мамутова, І.Е. Маміофи, М.М. Марченко, Н.І. Матузова, Н.М. Мироненко, О.П. Орлюк, О.А. Підпригори, Б.І. Пугінського, М.П. Рабинович, В.П. Рассохіна, М.П. Ринга, І.В. Спасибо-Фатєєвої, Є.О. Суханова, Ю.К. Толстого, Є.П. Торкановського, О.Д. Святоцького, Р.О. Халфіної, О.Ф. Черданцева, К.В. Шундікова та ін. Слід зазначити, що правильно проаналізовані сутність, ознаки та класифікації інновацій є актуальним питанням на сьогодні, тому що об'єктивно сформульоване сприйняття про поняття інновацій допоможе у подальшому розвитку всіх галузей життєдіяльності суспільства.

Відносини, що виникають у процесі здійснення інноваційної діяльності, регулюються Господарським кодексом України та іншими законодавчими актами. На жаль, в Україні інновації досі не стали належним засобом підвищення конкурентоспроможності. Відтак, завдання переходу до інноваційної моделі розвитку зберігає свою актуальність, яка суттєво посилюється у світлі сучасних зовнішніх і внутрішніх викликів [1]. В цьому аспекті актуально постає проблематика визначення інновації, що необхідно, як у юридичній практиці, так і у діяльності економіста на підприємстві. Будь-яка соціально-економічна система розвивається через оновлення. Поняття «нове», «новина», «новація», «інновація», «нововведення» віддзеркалюють шлях розвитку, який веде до змін через прискорення поступовості руху та оновлення всіх елементів процесу: принципів, методів, цілей, що потребує подолання укорінених звичок, взаємозв'язків, стійких тенденцій і породжує нову якість, зокрема: оновлену матеріально-технологічну базу, систему управління, суспільні відносини, новий спосіб життя, новітні життєві стилі.

Можна виділити два основних підходи до визначення інновацій: широкий і вузький. У широкому розумінні інновації розглядаються як прибуткове використання ідей, коли будь-які новаторські результати творчої інтелектуальної праці затребуються ринком і здатні нарощувати капітал. Інновація трактується у широкому сенсі та має п'ять характерних випадків (здійснення нових комбінацій) [2, с. 25]. Атаманова Ю.Є. пропонує визначення інновації як запровадженого суб'єктом господарювання у виробничий процес відповідно до інноваційного проекту результату інтелектуальної, в тому числі наукової та науково-технічної, діяльності, який оформлено в установленому законом порядку як об'єкт права інтелектуальної власності та доведено до рівня інноваційного продукту зі здійсненням науково-дослідних та/або дослідно-конструкторських робіт і виготовленням дослідних зразків, пробних партій продукції та/або запровадженням експериментального виробництва [3, с. 9]. Закон України «Про інноваційну діяльність» містить формулювання: інновації – новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені

конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [4]. Таким чином, поняття інновації розповсюджується на новий продукт або послугу, спосіб їх виробництва, нововведення у фінансовій, науково-дослідницькій та інших сферах, будь яке вдосконалення, яке забезпечує економію витрат або створює умови для такої економії.

На наш погляд інновація – це абсолютно новий результат інтелектуальної творчої діяльності у вигляді нового інтелектуального продукту, який вводиться в ринковий обіг (комерціалізується). Інновації мають похідний характер від об'єктів інтелектуальної власності, але можуть існувати в інших формах незалежних від об'єктів інтелектуальної власності.

Відповідно до «Інструкції щодо заповнення форми державного статистичного спостереження № 1 – інновація», що затверджено наказом Державного комітету статистики України № 361 від 01.10.2008 р., ознакою інновації є вимога, щоб продукт, процес, метод маркетингу або організації був для підприємства новим або значно вдосконаленим. До інновацій належать продукти, процеси і методи, які підприємство створило першим, і/або продукти, процеси, запозичені від інших підприємств або організацій. Також ознакою інновації є те, що продукт, процес, метод маркетингу або організації повинен бути впроваджений. Новий або удосконалений продукт є впровадженням, коли він реалізується на ринку. Нові виробничі процеси, методи маркетингу або організації є впровадженнями, коли вони стали дійсно використовуватися в діяльності підприємства.

Розрізняють чотири типи інновацій: продуктові, процесові, маркетингові й організаційні. Продуктовою інновацією є впровадження товару або послуги, що є новими або значно поліпшеними за його властивостями або способами використання. Сюди входять значні вдосконалення в технічних характеристиках, компонентах і матеріалах, у вбудованому програмному забезпеченні, у рівні сумісності з користувачем або в інших функціональних характеристиках. Процесова інновація є впровадженням нового або значно поліпшеного способу виробництва або доставки продукту. До неї відносяться значні зміни в технології, виробничому устаткуванні або програмному забезпеченні. Процесові інновації мають на меті зниження собівартості виробництва або витрат з доставки продукції, підвищення її якості, виробництво чи доставку нових або значно поліпшених продуктів. Маркетингова інновація є впровадженням нового методу продажу, уключаючи значні зміни в дизайні або упаковці продукту, його складуванні, просуванні на ринок або в призначенні продажної ціни, що націлені на краще задоволення потреб споживача, відкриття нових ринків або завоювання нових позицій для продукції підприємства на ринку з метою збільшення обсягу продажу. Відмінною рисою маркетингової інновації в порівнянні з іншими змінами в маркетинговому інструментарії є впровадження такого

методу продажу, що не використовувався підприємством раніше. Сезонні, регулярні та інші зміни прийомів маркетингу в цілому не є маркетинговими інноваціями. Організаційна інновація є впровадженням нового організаційного методу в діяльності підприємства, в організації робочих місць або зовнішніх зв'язків. Організаційні інновації можуть бути спрямовані на підвищення ефективності діяльності підприємства за допомогою скорочення адміністративних витрат або оперативних витрат, підвищення задоволеності службовців станом своїх робочих місць (і тим самим продуктивності праці), розширення доступу до нетоварних активів (таких як некодифіковані знання із зовнішніх джерел) або зменшення витрат на постачання. Відмінною рисою організаційної інновації від інших організаційних змін на даному підприємстві є впровадження будь-якого організаційного методу (в діяльності підприємства, в організації робочих місць або в зовнішніх зв'язках), що не використовувався підприємством раніше і є результатом реалізації стратегічних рішень керівництва.

Слід зазначити, що необхідно роз'яснити типи інновацій у граничних випадках. Багато інновацій можуть мати ознаки відразу двох або більше типів. Наприклад, підприємство, що впроваджує новий продукт, що вимагає ще й розробки нового виробничого процесу, чітко є інноваційним – як у продуктивній, так і процесовій сфері. Основною ознакою, що відрізняє продуктивні інновації від маркетингових, є наявність значної зміни у функціях або в способах використання продукту. У деяких випадках інновації можуть вважатися одночасно як продуктивними, так і маркетинговими – якщо в існуючу продукцію вносяться такі зміни, що істотно змінюють її функції, і способи використання, і одночасно форму, вигляд або упакування продукції, що є частиною нової маркетингової концепції. Головною ознакою для розрізнення процесових інновацій від організаційних є вид діяльності. Процесові інновації пов'язані головним чином з впровадженням нового обладнання, програмного забезпечення і конкретних технологій або процесів, тоді як організаційні інновації стосуються в першу чергу персоналу і організації робіт. Для розрізнення цих двох типів у складних випадках необхідно проаналізувати таке: якщо інновація містить у собі нові або значно поліпшені методи виробництва або постачання, націлені на скорочення питомих витрат або підвищення якості продукції, це процесова інновація; якщо інновація містить у собі перше використання нових методів організації в діяльності підприємства, організації робочих місць або зовнішніх зв'язків, це організаційна інновація; якщо інновація містить у собі як нові або значно поліпшені методи виробництва або постачання, так і перше використання нових методів організації, це одночасно і процесова, і організаційна інновація.

Таким чином, інновації можуть і повинні застосовуватися провідними підприємствами України, якщо прагнуть досягти технологічної переваги і конкурентоздатності на світовому ринку та забезпечити собі засади

довгострокового економічного розвитку. В Україні ставлення до інновації необхідно змінювати, оскільки це не тільки філософія бізнесу, але значно більше. Завдяки інноваціям світове економічне лідерство набула Японія. Для України відродження економічного потенціалу держави є найбільш актуальною проблематикою, тому інновації повинні стати стрижнем розвитку економіки, як окремого підприємства, так і в цілому держави.

Список літератури: **1.** *І.І. Цигилик.* Інноваційна політика в системі підприємництва // Актуальні проблеми економіки. – 2003. – № 1 (19). **2.** *Сімсон О.Е.* Інноваційне і креативне право: Право знань і творчості: Монографія / О.Е. Сімсон. – К.: Видавничий Дім «Ін Юре», 2006. – 264 с. **3.** *Атаманова Ю.Є.* Основні проблеми системного господарсько-правового регулювання відносин в інноваційній сфері: автореф. дис. д-ра юр. наук: 12.00.04 р. / Атаманова Юлія Євгенівна – Х. – 2009. – 23 с. **4.** Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2002. – № 36, – ст. 266. **5.** Офіційний сайт Верховної Ради України // <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z1047-08>, останнє відвідування 15.04.11 р. з домашньої сторінки.

Надійшла до редколегії 17.05.2011.